

地場産大豆による加工の現状とその可能性

佐々木 和則

(秋田県農業試験場)

The Present Condition and its Possibility of Processed Goods
by the Soybean from a Local Production

Kazunori SASAKI

(Akita Agricultural Experiment Station)

1 はじめに

平成13年産の国内大豆収穫量は前年比15%増となっているが、平成12年産大豆の入札取引価格は前年比12%減となり、販売期間の末期においても販売困難な銘柄が存在した。今後も更に厳しい販売環境が予想されることから、各産地段階における地場消費や学校給食への利用拡大等、地産地消の積極的な対応が求められている。

ここでは、農林業者側へ視点をおき、秋田県内における地場産(市町村・郡内で生産した)大豆の加工品製造について、各事例から現状を整理する。また、消費者が望む大豆加工品について把握し、今後の販売方向と小規模な農産加工グループによる豆腐製造の可能性について提示する。

2 試験方法

(1) 加工品製造の事例

県内農林業者6団体への聞き取り調査

(2) 消費者が望む地場産大豆の加工品

K村「道の駅」利用者80名への個別面接アンケート調査(調査時、K村「道の駅」では地場産大豆による加工品の販売は行われていない。)

(3) 地場産大豆による豆腐製造の可能性

Y町豆腐加工グループへの聞き取り調査

3 試験結果及び考察

(1) 地場産大豆による加工品製造について

秋田県内での地場産大豆による加工品への取り組みは、年間大豆使用量0.5~7t程度の農産加工グループ等による小規模なものから、JAが主体となった2~30t規模の取り組みが見られる(表1)。また、規模が大きくなるにつれ、その原料調達先はJAの集荷施設等を活用した一定品質の原料仕入れ体系となり、加工品目としては「豆腐」や「一次加工豆乳」、「みそ」等の製造を行っている。

一方、加工施設を備えていないJAにおいては、県内の豆腐製造業者へ加工部門を委託し、製品化されたものを販売している事例も見られた。

販売先は多様であったが、「豆腐」については通年した安定販売をねらいに、スーパー等での店頭販売や契約販売が行われている現状にある。

(2) 消費者が望む地場産大豆による加工品について

地場産品の重要な販売チャネルになると考えられる「道の駅」において、利用者へ大豆加工品の購入意向を調査したところ、39歳以下の年代では「おからドーナツ」や「豆乳飲料」といった軽食が好まれる傾向にあり、年代が高くなるにつれ伝統的食材としての加工品を好む傾向にあった(図1)。なかでも、「豆腐」については幅広い年代で購入意向が高く、青大豆を原料とした豆腐は76%、普通大豆では54%が購入したいと考えている。

また、豆乳を利用した「ソフトクリーム」については、「本人が食べるために購入する」以外に、「息子や孫など子供に食べさせたいので購入する」との意見も多く、年代別による購入意向が判然としなかったが、43%が購入したいと考えていた。

(3) 地場産大豆による加工品を購入する際に重視する点について

「道の駅」において、「地場産大豆による加工品が販売されている」と仮定し、利用者の購入意向を調査したところ、購入の際に重視する点は「美味しさ」「価格は手頃か」が80%程度と高く、次いで「地元製造か」が58%であった(図2)。「外観が良いか」は19%と低く、加工品の開発は「味」を重視した製造と、手頃と感じる「価格」の設定が重要であると推察された。

(4) 農産加工グループ(小規模)による豆腐製造の可能性について

幅広い年代で購入意向が高かった「豆腐」について、年間大豆使用量4t、従事人数3~5人程度(交代制)の小規模加工グループを想定し、地場産大豆による豆腐製造のコスト試算を行った。市町村に既存の農産加工施設を利用することとし、施設借上げ料や販売施設費等は考慮していないが、販売単価が普通大豆150円・青大豆180円

/1パック、各50%の販売割合で、年間400万円程度の売上げが損益分岐点になると考えられた(表2)。

4 ま と め

現在、秋田県内で取り組みがある地場産大豆による加工品製造は、農産加工グループやJAが主体となっており、一定品質の原料を調達するためJA等の集荷施設を活用している現状が明かとなったことから、集団による栽培や出荷・調製が地場産大豆の加工品開発や製造に与える影響は強いと考えられる。

一方、消費者サイドが購入したいと考えている地場産

大豆による加工品は、年代によって嗜好差があるものの、「豆腐」については総じて購入意向が高い傾向が伺え、「美味しさ」と「手頃な価格」を重視した製造と販売が重要である。そこで、小面積(2ha程度)での大豆栽培でも取り組み可能な、農産加工グループによる豆腐製造についてコスト試算を行ったところ、年間400万円程度の売上げが損益分岐点になることが明らかとなった。

現状は、極僅かな加工品製造への取り組みであるが、地域への大豆栽培の定着と消費者への食の安心と安全を届ける切っ掛けとしては、最良の手段であると考えられる。今後、地域ぐるみでの一層の奮闘を期待したい。

表1 地場産大豆による加工品への取り組み事例

取り組み主体	年間使用量(t)	仕入先	主な加工品目	主な販売先
加工グループ	1.0	町村内農家	みそ・みそ受託加工	直売所(道の駅)
加工グループ	7.0	JA集荷施設	豆腐・一次加工豆乳	契約販売(宅配等)
森林組合	0.5	町村内農家	みそ・みそ受託加工	売店・給食センター
JA	2.0	JA集荷施設	一次加工豆乳	料理店
JA	15.0	JA集荷施設	豆腐(委託加工)	スーパー・Aコープ
JA	30.0	O村CE公社	豆腐・みそ	スーパー・直売所

注.年間使用量は平成13年4月～14年3月まで

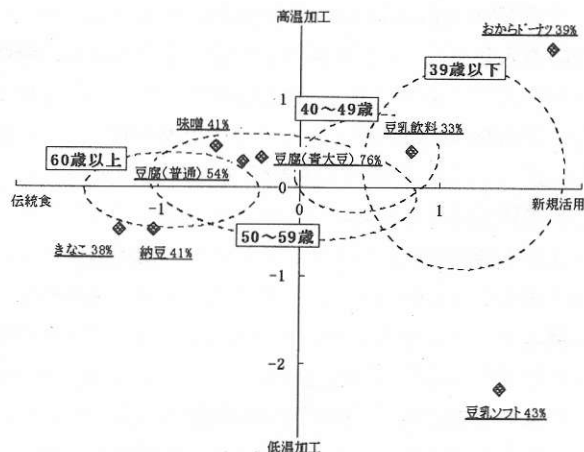


図1 購入したい地場産大豆による加工品

注.Ⅸ村「道の駅」利用者80人へのアンケート調査
数量化Ⅲ類によるカテゴリープロット

39歳以下の下限は20歳である

%数字は、全体での購入したい割合

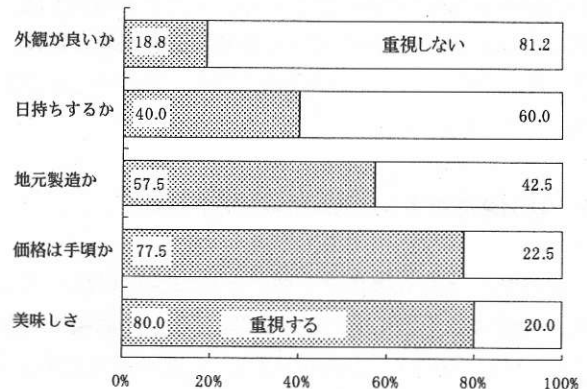


図2 地場産大豆加工品を購入する際に重視する点

注.アンケートは図1に同じ

表2 豆腐製造による利益と損益分岐点の試算(小規模)

科目	金額(円)	備考
原料費	878,850	1パック原料150g(総量4,050kg) (普12,000円・青14,040円/60kg)
諸材料費	202,500	にがり
包装資材費	270,000	パック容器
水道光熱費	350,000	水道・ガス等
変動費計	1,701,350	
人件費	1,944,000	@600円×6h×2人×270日
減価償却費	402,260	煮釜・パック機等
器具機材費	25,000	輸送ケース等
通信費	24,000	電話代等
雑費	80,000	保健衛生関係等
固定費計	2,475,260	
売上高	4,455,000	270日稼働
販売数量	27,000	100パック/1日・普通50%:青50%
販売単価	150	普通大豆 木綿400g/1パック
	180	青大豆 木綿400g/1パック
営業利益	278,390	
損益分岐点	4,004,606	売上高
	24,270	販売量(パック)

注.Y町豆腐加工グループを聞き取りし試算

期間単位は1年

施設借上げ料・販売施設費等を含まない